

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVQUAL* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN BED COVER AND FRIENDS KEDIRI**

**SKRIPSI**

Ditunjukkan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
pada Program Studi Manajemen



**OLEH :**

**MEIDY NUR YUSWANTO  
NPM. 2012010243**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI  
KEDIRI 2025**

Skripsi Oleh :

**MEIDY NUR YUSWANTO**

NPM 2012010243

Judul :

**ANALISIS PENGARUH DIMESI SERVQUAL TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN BED COVER AND FRIENDS KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan kepada panitia Ujian/Sidang  
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 04 Juli 2025

Pembimbing I



**Restin Meiliana, M M.**  
NIDN :

Pembimbing II



**M. Zuhdi Sasongko, M MT.**  
NIDN.

Skripsi oleh :  
**MEIDY NUR YUSWANTO**  
NPM. 2012010243

Judul :  
**ANALISIS PENGARUH DIMENSI SERVQUAL TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN BED COVER AND FRIENDS KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada tanggal : 10 Juli 2025

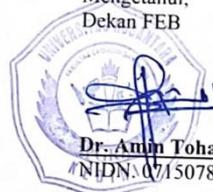
**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

1. Ketua Penguji : Restin Meiliana, S.E, M.M
2. Penguji I : Poniran Yudho Leksono, S.E. S.Psi, M.M
3. Penguji II : Muhammad Zuhdi Sasongko, S.E, M.MT



Mengetahui,  
Dekan FEB



**Dr. Amin Tohari, M. Si.**  
NIDN. 0715078102

### PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Meidy Nur Yuswanto

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 26 Mei 2000

NPM : 2012010243

Fak/Jur./Prodi : FEB/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 04 Juli 2025  
Yang menyatakan



**MEIDY NUR YUSWANTO**  
NPM 2012010243

## **MOTTO**

"Maka sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan" (QS. Al-Insyirah : 5-6)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al Baqarah : 286).

Menyesali nasib tidak akan mengubah keadaan. Terus berkarya dan bekerja yang membuat kita berharga.

(Gus Dur)

Tuhan aku percaya akan takdirmu untukku, engkau jauh lebih mengetahui apa yang terbaik untuk hambamu ini, akan kulangkitkan beribu<sup>2</sup> doa dan usaha untuk mencapai kesuksesan itu, niatku tulus untuk mengangkat derajat orang tua dan bermanfaat untuk orang banyak. Mudahkanlah.

Persembahan :

Dengan rasa syukur Alhamdulillahirobbil'alamiin penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta karunia-Nya. Dengan ketulusan hati dan ungkapan terimakasih skripsi ini penulis persembahkan kepada :

Kedua orang hebat dalam hidup penulis. Terimakasih sudah menjadi sandaran terbaik untuk penulis sehingga bisa sampai pada titik ini, doakan penulis bisa mengangkat derajatmu dan membanggakanmu.

Diah Ayu yang terus mensupport membantu tenaga maupun pikiran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

## **PRAKATA**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi SERVQUAL (reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness) terhadap loyalitas pelanggan di usaha konveksi Bed Cover and Friends yang berlokasi di Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui kuesioner yang disebar ke 110 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, dimensi reliability, assurance, dan empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan dimensi tangible dan responsiveness tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Hasil dari regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara bersama-sama kelima dimensi SERVQUAL memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dimensi reliability menjadi yang paling dominan, yang menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan sangat menentukan tingkat loyalitas pelanggan terhadap Bed Cover and Friends. Usaha ini juga dinilai mampu mempertahankan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang profesional dan menjaga kualitas produk. Walaupun beberapa aspek seperti kecepatan respons masih perlu ditingkatkan, secara umum Bed Cover and Friends sudah cukup berhasil dalam membangun kepercayaan dan loyalitas dari pelanggannya. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan strategis bagi pemilik UMKM, khususnya di sektor konveksi, untuk lebih memahami pentingnya kualitas layanan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan ilmu pemasaran, terutama dalam penerapan model SERVQUAL di usaha skala kecil dan menengah.

**Kata kunci :** SERVQUAL, Loyalitas pelanggan, UMKM

## RINGKASAN

Puji Syukur kami penjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusanatar PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Dr. Amin Tohari, M.SI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Restin Meilina, M.M selaku dosen pembimbing I yang senantiasa sabar dalam membimbing.
5. M. Zuhdi Sasongko, M MT. sebagai dosen pembimbing II skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing.
6. Kedua orang tua, keluarga dan sahabat yang senantiasa mendukung dan mendoakan serta membantu dalam hal materiel.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 04 Juli 2025

Yang menyatakan



**MEIDY NUR YUSWANTO**  
NPM 2012010243

## DAFTAR ISI

Lembar Pesetujuan.....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Keaslian Tulisan .....	iii
Lembar Motto .....	iv
Prakata .....	v
Ringkasan .....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Lampiran .....	x
BAB I Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Masalah .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II Landasan Teori .....	7
A. Teori dan Penelitian Terdahulu Dari Variabel <i>Reliability</i> .....	7
B. Teori dan Penelitian Terdahulu Dari Variabel <i>Assurance</i> .....	8
C. Teori dan Penelitian Terdahulu Dari Variabel <i>Tangible</i> .....	10
D. Teori dan Penelitian Terdahulu Dari Variabel <i>Emphaty</i> .....	12
E. Teori dan Penelitian Terdahulu Dari Variabel <i>Responsiveness</i> .....	14
F. Teori dan Penelitian Terdahulu Dari Loyalitas Pelanggan .....	15
G. Kerangka Berpikir .....	18
H. Hipotesis .....	22
BAB III Metode Penelitian .....	23
A. Desain Penelitian .....	23
B. Definisi Operasional .....	23
C. Intrumen Penelitian .....	24
D. Populasi dan Sampel .....	27
E. Prosedur Penelitian .....	28
F. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
G. Teknik Analisis Data .....	30
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	33
A. Hasil Penelitian .....	33
B. Pembahasan .....	52
BAB V Penutup .....	55
A. KESIMPULAN .....	55
B. SARAN .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defisini Operasional .....	23
Tabel 3.2 Skala Likert .....	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....	25
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	26
Tabel 4.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Reliability</i> (X1) .....	35
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Assurance</i> (X2) .....	37
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Tangible</i> (X3) .....	38
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Emphaty</i> (X4) .....	39
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Responsiveness</i> (X5) .....	40
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Loyalitas Pelanggan</i> (Y) .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial .....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	21
Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	33
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin .....	34
Gambar 4.3 Diagram Usia responden .....	34
Gambar 4.4 Diagram Domisili .....	35
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	43
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedasitas .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	62
Lampiran 2. Tabulasi data kuesioner .....	65
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	83
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik .....	84
Lampiran 5. Uji Regresi Linear Berganda .....	85
Lampiran 6. Uji Koefisien Determinasi .....	85
Lampiran 7. Uji Hipotesis .....	85
Lampiran 8. Surat Pengantar Izin Penelitian .....	86
Lampiran 9. Berita Acara Bimbingan Skripsi .....	87
Lmpiran 10. Surat Izin Penelitian .....	89

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era modern saat ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal tersebut mendorong semakin berkembangnya persaingan bisnis di segala bidang. Salah satu bidang bisnis yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi adalah usaha di bidang konveksi. Perkembangan teknologi saat ini membuat segala proses produksi konveksi menjadi lebih mudah, sehingga para pelaku usaha lebih mudah dalam proses produksi.

Bed Cover and Friends adalah sebuah usaha konveksi yang berlokasi di Kediri yang berdiri pada Juli 2020. Bed Cover and Friends merupakan salah satu toko yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan perlengkapan kamar tidur meliputi sarung, sprei, bantal, selimut, dan sebagainya. Secara global pasar produk perlengkapan kamar tidur diperkirakan akan terus meningkat sebesar 5,8% (Emergen, 2024). Pertumbuhan pasar disebabkan kesadaran masyarakat atas kualitas tidur dan tren dekorasi rumah yang estetik, sehingga menimbulkan peningkatan permintaan akan pemilihan perlengkapan kamar tidur. Pada tahun 2024, seiring dengan bertumbuhnya jumlah pesaing di pasar yang sama, penting bagi Bed Cover and Friends untuk mempertahankan loyalitas pelanggan agar tetap relevan dan mampu bersaing secara berkelanjutan. Hal tersebut dapat terjadi karena loyalitas pelanggan mempunyai nilai strategik bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan eksistensi dan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan sendiri merujuk pada kecenderungan pelanggan untuk terus melakukan pembelian ulang atau berulang kali menggunakan produk dan layanan dari perusahaan yang sama, meskipun terdapat banyak pilihan lain di perusahaan lain. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Menurut Sinollah and Masruro (2019), Salah satu

pendekatan yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi loyalitas pelanggan adalah dimensi SERVQUAL (service quality).

Menurut Azizah & Hidayat (2022), SERVQUAL (service quality) adalah salah satu metode yang memiliki beberapa komponen dimensi dan digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta membantu perusahaan mengetahui kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen. Berdasarkan hal tersebut, penting bagi perusahaan untuk menganalisis setiap dimensi SERVQUAL yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bed cover and friends Kediri agar perusahaan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Dimensi SERVQUAL adalah 5 dimensi kualitas dasar yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada suatu usaha, yang mencakup reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness. Reliability merupakan kemampuan memiliki performa yang bisa diandalkan dan akurat. Assurance, kemampuan para personel untuk menimbulkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan. Tangibles dan empathy, mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pelanggan. Responsiveness, yaitu kesediaan untuk membantu partisipan dan memberikan perhatian yang tepat. Dalam konteks konveksi Bed cover and friends, SERVQUAL dapat digunakan untuk menganalisis dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh produsen atau penyedia layanan konveksi, baik itu dalam aspek produksi maupun pelayanan kepada pelanggan. Dimensi-dimensi dalam model SERVQUAL dapat diterapkan untuk mengevaluasi berbagai aspek yang terkait dengan produk bed cover dan pelayanan yang menyertainya.

Kelima dimensi SERVQUAL saling terkait erat dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten, sebuah kepercayaan customer akan meningkat ketika pelayanan mereka terima dari perusahaan sesuai dengan

apa yang dijanjikan (Dzikra, 2020). Assurance adalah kemampuan untuk memberikan rasa aman kepada pelanggan dengan menunjukkan sikap profesionalisme, dan sikap yang dapat dipercaya, ketika pelanggan merasa dihargai dan dilayani oleh tenaga profesionalisme mereka lebih cenderung menjadi pelanggan yang loyal (Dzikra, 2020). Tangible adalah elemen fisik yang terlihat oleh pelanggan serta mencerminkan kualitas layanan yang diberikan, seorang pelanggan akan merasa puas dengan penampilan fisik perusahaan, termasuk fasilitas yang mendukung akan memberikan kesan positif terhadap perusahaan (Dzikra, 2020). Empathy adalah kemampuan untuk memahami dan memberikan perhatian penuh kepada pelanggan dengan cara yang personal dan mendalam, seorang pelanggan akan memiliki keterikatan emosional dengan perusahaan apabila pelanggan tersebut merasa dipahami dan diperhatikan oleh perusahaan (Dzikra, 2020). Responsiveness adalah kemampuan dan keinginan karyawan untuk memberikan bantuan dengan cepat, edition, dan dengan perhatian penuh terhadap kebutuhan pelanggan, pelanggan yang merasa bahwa kebutuhannya ditangani dengan cepat dan efektif akan merasa puas, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka pada perusahaan (Dzikra, 2020).

Loyalitas pelanggan akan tercapai ketika pelanggan merasa bahwa mereka selalu mendapatkan pengalaman yang memuaskan di semua titik interaksi dengan perusahaan. Dimensi SERVQUAL sangat relevan dalam penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian mengenai analisis dimensi SERVQUAL terhadap loyalitas pelanggan pada Bed cover and friends menjadi penting dan perlu dilakukan sebagai bentuk inovasi bagi perusahaan yang berguna untuk meningkatkan keuntungan dalam penjualan serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Disamping itu, terdapat ketidaksimetrisan dalam penelitian terkait variabel-variabel yang saat ini ada. Penelitian yang dilakukan oleh

Risdyanto & Asmu'i (2023) mengatakan bahwa dimensi kualitas layanan assurance dan empathy tidak memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Namun dimensi kualitas layanan tangible dan reliability memiliki pengaruh tidak langsung, dan tidak signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan dimensi kualitas layanan responsiveness memiliki pengaruh tidak langsung yang negatif namun tidak signifikan terhadap loyalitas. Penemuan tersebut berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliyana et al., (2021) yang mengatakan bahwa dimensi kualitas jasa pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas bahwa reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, serta fenomena yang terjadi dengan adanya kesenjangan atau ketidakkonsistennya hasil penelitian terdahulu, maka peneliti akan mengkaji lebih dalam pada objek berbeda dengan mengambil judul “Analisis Pengaruh Dimensi SERVQUAL Terhadap Loyalitas Pelanggan Bed Cover and Friends Kediri”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian di atas, terdapat beberapa perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah reliability berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends?
2. Apakah assurance berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends ?
3. Apakah tangibles berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends ?
4. Apakah empathy berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends ?
5. Apakah responsiveness berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan konveksi Bed cover and friends ?

6. Apakah reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends ?

### **C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reliability terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh assurance terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tangibles terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh empathy terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh responsiveness terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness terhadap loyalitas pelanggan pada konveksi Bed cover and friends.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis
  - a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk membandingkan teori manajemen yang dipelajari di kelas dengan yang diterapkan dalam situasi dunia nyata. Ini bertujuan untuk lebih mengeksplorasi tantangan pemasaran dan menerapkan teori yang diperoleh.
  - b. Bagi Akademis
    - 1) Diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi sumber yang berharga untuk penelitian masa depan dan juga akan

memberikan kontribusi yang signifikan untuk bidang manajemen pemasaran.

- 2) Penelitian ini bertujuan untuk menguji korelasi antara pengetahuan teoritis dan aplikasi praktis, memberikan wawasan tentang sejauh mana pengetahuan teoritis dapat diimplementasikan dalam skenario dunia nyata.

2. Secara praktis :

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness, dan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, L. S. A. (2023). Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Produk Winmilk di Kota Cimahi, Indonesia. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.236>
- Azizah A, N., & Hidayat, M. R. (2022). Analisis E-Servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi Bsi Mobile. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(1), 63–72. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i1.1160>
- Cakra, P., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Gaya Hidup, Viral Marketing, Kemasan Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Instan Mujigae. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(6), 18.
- Dikdik, H., & Fitriani, L. K. (2024). *Marketing (Teori DAN Konsep)*. PT. Arr Rad Pratama.
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 262–267. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.284>
- Emergen. (2024). Ekonomi Tidur atau Ukuran Pasar Alat Bantu Tidur Bernilai USD 950,22 Miliar pada Tahun 2032 | Riset Emergen. Yahoo Finance. <https://finance.yahoo.com/news/sleep-economy-sleep-aids-market-133100851.html>
- Endah, S., & Esty, S. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*. Gosyen Publishing.
- Fatimah, F., Murtalining Tyas, W., & Sukma Hadi, N. (2024). The Analisis Retail Service, Customer Experience, Switching Barriers, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen UMKM Ritel. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 20(1), 108–127. <https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.916>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit. Universitas Diponegoro.
- Haryanti, N., & Baqi, D. A. (2019). Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Journal of Sharia Economics*, 1(2), 101–128. <https://doi.org/10.35896/jse.v1i2.72>
- Hidayanti, A. T., & Handayani, J. (2019). ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PRESMA PADA PD BANK PERKREDITAN RAKYAT BLORA. 7(2302), 40–64.

- Landari, Y., Meitiana, M., & Karuehni, I. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wash Up Laundry Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 2(1), 52–63. <https://doi.org/10.52300/jms0.v2i1.2930>
- Mu'ah, & Masram. (2021). Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan. *Zifatama Jawa*.
- Ningrum, P. J. C., Nurhayati, & Syafri. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Asuransi Kesehatan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 795–804. <https://doi.org/10.25105/jet.v4i1.18963>
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Management Pemasaran*, 180.
- Purnama, N. I., & Aprillia, N. (2024). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa FEB Umsu Pengguna Aplikasi Gojek. 7(September), 203–214.
- Putri, A. A. K. S. (2024). Perkembangan Dan Implementasi Konsep Pemasaran. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 17(1), 13–24. <https://doi.org/10.56606/albama.v17i1.153>
- Risdyanto, A., & Asmu'i. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Yayasan Agaphe Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, Vol. 12, N.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar (Vol. 3)*.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sinollah, & Masruo. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen). *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1)(Vol. 4 No.1 (2019): *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*), 45–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Sugiono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. In *Sustainability (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1)*. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. In *Sustainability (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1)*.

[http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Alfabeta.
- Susilo, A. (2024). *Behavior Loyalty , Service Quality ,. Zifatama Jawa*.
- Telaumbanua, P. H., Dawolo, J., Gea, N. E., Nazara, R. V., & Larosa, Y. M. (2024). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan di Hypermart, pejaten Village. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 4882–4896. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Tjiptono, F. (2023). *Service , Quality & Satisfaction*. January 2016.
- Vinna Angelia, & Sri Rezeki. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63–73. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i1.34>
- Yuliyana, W., Setiadi, G. P., & Komalasari, Y. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pluto Autoclean. *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 105–110.